

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Факультет географо-биологический
Кафедра туризма и гостеприимства

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ УСЛУГИ ПИТАНИЯ ДЛЯ ГОСТИНИЧНОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 43.03.03 — Гостиничное дело*

Исполнитель:
Горбачева Валерия
Сергеевна,
студентка группы БГ-42

«___» _____ 2018 г.

Допущена к защите
зав. кафедрой туризма и
гостеприимства
_____ А.И. Фишелева

«___» _____ 2018 г.

Научный руководитель:
Л.Д. Назарова,
канд. пед. наук, доцент

«___» _____ 2018 г.

Екатеринбург 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА.....	6
1.1. Понятие, сущность и характеристика услуг питания в гостиничном предприятии.....	6
1.2. Особенности банкетного обслуживания гостей отеля.....	18
ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА АКЦИИ «МЕНЮ НА 100 000 РУБЛЕЙ»...	23
2.1. Анализ производственной деятельности отеля по предоставлению услуг питания.....	27
2.2. Организация и содержание акции, её экономическое обоснование.....	39
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	49
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	53
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Структура предприятия.....	58
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Рестораны отеля «Московская горка by USTA Hotels».....	59
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Себестоимость меню.....	61
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Меню.....	62
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Банкетный зал «Монреаль».....	64
ПРИЛОЖЕНИЕ 6. Анкета обратной связи.....	66

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время туризм, гостиничный и ресторанный сервис активно развиваются, требования гостей к качеству удовлетворения потребностей увеличиваются, поэтому отельеры и рестораторы используют, и придумывает различные методы для привлечения гостей и их удержания.

Потребность в пище, по пирамиде американского психолога Абрахама Маслоу, является главенствующей наравне с потребностью во сне, жилье и воде. Отсюда следует, что организации питания нужно уделять не меньше внимания, чем организации туристических и гостиничных услуг, так как все эти три понятия неразрывно связаны и общий успех зависит от успешной организации каждого из них.

В большинстве случаев в гостинице имеется одна или несколько точек питания в соответствии с классификацией гостиниц (ГОСТ 50645-94). В зависимости от отеля, рестораны, кафе и бары предлагают свои услуги исключительно гостям, которые проживают в отеле, либо открыты также и для посетителей, которые не пользуются услугами размещения в гостинице.

Предоставление услуг питания в отеле имеет большое значение во многих аспектах существования всего предприятия. Человек, выбирая гостиницу, пользуется определенными критериями, которые влияют на его конечное решение. Для одной категории гостей, например, для людей, которые едут с бизнес целью, наличие возможности принятия пищи в месте проживание может сыграть ключевую роль, так как это позволит сохранить ценное время деловых людей. Кроме того, совмещение услуги размещения и питания может оказаться очень удобно для проведения мероприятий различного рода: банкет, свадьба, корпоратив и т.д., так как можно воспользоваться двумя основными услугами в одном месте. В это же время, делая ресторан доступным для гостей, не проживающих в отеле, можно получить дополнительную прибыль.

Для того, чтобы предприятие питания привлекало гостей и имело постоянный доход необходимо развитие, обновление, внедрение системы скидок, акции и т.д.

Актуальность обусловлена расширением спектра предоставления услуг питания на гостиничном предприятии.

Противоречие – в настоящее время на рынке предоставления услуг питания существует много возможностей, в том числе кухни разнообразных стран, мастер-классы, гастрономические экскурсии, но с другой стороны, в рамках гостиничного предприятия эти возможности используются в неполной мере.

Проблема заключается в неполном использовании всех возможностей услуг предоставления питания на гостиничном предприятии.

Объект - сервисное обслуживание в гостиничном предприятии.

Предмет - услуги питания гостиничного предприятия.

Цель - разработать акцию «Меню на 100 000 рублей» для проведения банкета в новом зале отеля «Московская горка by USTA Hotels».

Исходя из поставленной цели были сформулированы следующие **задачи**:

- определить понятие, сущность и характеристику услуг питания в гостиничном предприятии;
- выявить особенности банкетного обслуживания гостей;
- рассмотреть проанализировать производственную деятельность отеля по предоставлению услуг;
- разработать организацию и содержание акции, её экономическое обоснование;
- проанализировать результаты разработанной акции и подвести итоги.

Изучение проблемы предоставления услуг питания на гостиничном предприятии заставляет обратиться к анализу существующего материала на данную тему. Были изучены работы таких авторов как: Ю.Ф.Волков, О.Т.Лойко, Г.А.Бондаренко, М.И.Белошапка, Дж.Р.Уокер.

Методы исследования: анализ источников по проблеме исследования, анализ, наблюдение, анкетирование.

Структура работы: введение, две главы, заключение, список источников и литературы, приложения

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

1.1 Понятие, сущность и характеристика услуг питания в гостиничном предприятии

Питание – основная потребность каждого человека. Кроме естественной и неотъемлемой потребности питания в туризме и гостеприимстве рассматривается как важный элемент развлечения.

Разновидностями предприятий питания, которые функционируют при отелях, бывают кафетерии, кафе, закусочные, буфеты, столовые. Самым комфортным предприятием питания с наиболее разнообразным ассортиментом блюд считается ресторан. Определения всех типов предприятий питания представлены в ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий». Структура гостиничных комплексов может иметь несколько ресторанов, а может не иметь ни одного. Чаще всего, большинство известных отелей имеют два ресторана – фешенебельный, фирменный, и небольшой, с невысоким уровнем цен на напитки и блюда.

Ресторан – предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные; вино-водочные, табачные и кондитерские изделия, повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха. [15 с. 141] Ресторан в качестве самостоятельного предприятия или как часть гостиницы, производит и предоставляет гостям питание с целью удовлетворения их гастрономических потребностей. Экономической целью этого вида деятельности является получение прибыли независимо от того, имеем ли мы дело с отдельно взятыми ресторанами в специально отведенных местах или с ресторанами, составляющими часть другого учреждения или предприятия.

Для успешной работы гостиничного предприятия необходимо внедрение такого вида услуги как предоставление общественного питания. Такое совмещение двух видов деятельности может привлечь новых гостей, а также повысить статус предприятия в целом. Однако, если услуга предоставления питания организована непрофессионально, она наоборот может изменить ситуацию в худшую сторону. Для того, чтобы избежать такую ситуацию, нужно знать все аспекты в вопросе предоставления услуг питания на гостиничном предприятии, для этого нужно подробно рассмотреть все тонкости этой темы.

При организации обслуживания в ресторанах гостиничных комплексов чаще всего предоставляются следующие условия питания (формы организации питания):

- 1) полный пансион, то есть трехразовое питание (завтрак, обед и ужин) — FullBoard (FB);
- 2) полупансион, то есть двухразовое питание (завтрак плюс обед или ужин) — Half-Board (HB);
- 3) только завтрак, то есть одноразовое питание — BedandBreakfast (BB). [15]

Специальные условия питания практикуются в отелях, которые работают по системе клубного отдыха (кроме трехразового питания, в течение всего дня предлагается большой выбор бесплатных закусок, алкогольных и других напитков) — Allinclusive (все включено в стоимость).

Во всех отелях сервису завтрака уделяется особое внимание. С завтрака начинается день всех людей, и от его организации во многом зависит, будет ли начало дня для человека хорошим или плохим. В отличие от обеда и ужина, на завтрак приходят практически все гости, проживающие в гостинице. В связи с этим необходимо уделять внимание следующим моментам:

- помещение, в котором подается завтрак, должно быть чистым, светлым и хорошо проветренным;

- сотрудники должны быть бодрыми, приветливыми и улыбчивыми, несмотря на раннюю организацию завтрака;
- процесс обслуживания должен быть бесперебойным, обеспечивающий постоянное пополнение блюд и забор грязной посуды со столов гостей.

В общем случае принято, что гость с утра должен обязательно принять легкую пищу, то есть завтрак. Поэтому обычно большая часть гостиничных предприятия предоставляют услугу питания, которая настолько является неотъемлемой частью услуг гостеприимства, что часто просто включается в стоимость размещения (bedandbreakfast). Так, от традиции стран и регионов посещения зависит вариативность завтраков. Можно выделить следующие виды завтраков:

1. Континентальный завтрак. Название произошло от английского языка (continentalbreakfast) и означает завтрак, пользующийся успехом на европейском континенте уже многие десятилетия. В это же время континентальный завтрак не является единственным завтраком, который организуют в отелях разных стран. Континентальный завтрак включает: чай, кофе или горячий шоколад, сливки (молоко), сахар, лимон, два вида повидла, джема или мед, ассортимент хлебобулочных изделий, масло. В воскресные дни завтрак дополняется холодным яйцом. Во многих странах Европы континентальный завтрак входит в цену размещения в гостинице.

2. Расширенный завтрак. Данный вид завтрака получил свое распространение в Европе начиная с середины 60-х годов. В дополнение к континентальному завтраку гостям предлагаются: соки (апельсиновый, грейпфрутовый, томатный), блюдо с нарезанной ветчиной, сыром и колбасой, блюда из яиц, йогурты, творог, сухие хлопья. Во время завтрака чаще всего встречается буфетный сервис, либо официант приносит блюдо с нарезкой, раскладывает по тарелкам и оставляет блюдо на столе. Блюда из яиц приготавливаются по индивидуальным заказам гостей.

3. Английский завтрак. По классической версии английский завтрак начинается с утреннего кофе или чая (возможно горячего шоколада), который приносят в номер. Завтрак в том числе включает сахар, хлебобулочные изделия, тосты, масло, джем, мед, варенье. Этот завтрак, который еще может называться "shortbreakfast" (короткий завтрак) дополняется блюдами из яиц (яичницей с беконом или ветчиной, яйцами, жаренными на хлебе, омлетом с ветчиной или шампиньонами и др.), рыбными блюдами, блюдами из злаковых культур (овсяной кашей или супом на молоке или на воде с сахаром либо солью). Английский и расширенный завтрак сервируется аналогичным образом. В том случае, если гость вместо блюд из злаковых заказывает рыбное блюдо или омлет, то дополнительно сервируется прибор для омлета и другие.

4. Американский завтрак. При организации американского завтрака в дополнение предлагается: обычная питьевая вода с кубиками льда, фруктовые соки, свежие фрукты (грейпфрут, арбуз, ягоды с молоком или сливками) или компот из фруктов (слив, персиков), блюда из злаковых (кукурузные, рисовые хлопья), небольшая порция мяса, пирог и др.

5. Завтрак с шампанским. Обычно, время сервировки такого завтрака — с 10.00 до 11.30. Во время такого завтрака предполагается кофе, чай, алкогольные напитки (шампанское, вино), небольшие холодные закуски и горячие блюда, супы, салаты, десерты. Форма организации – буфет. Завтрак с шампанским чаще всего подается по официальным поводам, праздникам.

6. Поздний завтрак. Время предоставления – 10.00 – 14.00. Используются блюда, входящие как в завтрак, так и в обед: горячие и холодные напитки, булочки, масло, джем, колбаса, сыр, супы, горячие мясные блюда, десерты. Форма организации – буфет. Поздний завтрак может предоставить альтернативу завтраку и обеду. [15]

Кроме перечисленных видов завтрака, следует учесть особые привычки французских, голландских, швейцарских, австрийских, скандинавских и других гостей из других стран. Во время организации завтраков, обедов и

ужинов практикуются различные методы обслуживания. Самым часто встречающимся методом является обслуживание "а ля карт" (a la carte). Гости заказывают наиболее понравившиеся блюда и напитки из предоставленного меню. После этого заказ передается на кухню шеф-повару и сразу же начинается приготовление и сервировка заказанных блюд и напитков. Вовремя такого обслуживания гость имеет возможность получить от официанта совет, а официант со своей стороны активно участвует в выборе блюд и напитков. В данном случае уместно говорить о суггестивном сервисе (суггестия — внушение). Умение донести гостю мысль заказать то или иное блюдо и напиток — мощное средство увеличить прибыль предприятия. Особенности суггестивного сервиса как правило не обижают гостей и даже, наоборот, гостям приятно, что официант что-то им советует, стараясь угодить их пристрастиям и вкусам. Бывает, что официант может посоветовать попробовать какое-то блюдо, о котором гость просто никогда не слышал и не знает, что это такое. Советы о том, какие вина сочетаются с блюдами, заказанными гостями, всегда принимаются с благодарностью, поскольку в таком вопросе лучше довериться профессионалу. Цель суггестивного сервиса — превратить обслуживающий персонал в умелых продавцов ресторанных услуг, в совершенстве знающих свой товар. Несмотря на то, что метод "а ля карт" считается наиболее трудоемким, на данный момент он является и самым распространенным методом обслуживания в ресторанах, так как больше всего соответствует желаниям гостей. Также можно встретить другой метод обслуживания "А парт" (аpart), во время которого гости, предварительно сделав заказ, обслуживаются в определенный промежуток времени. Очень часто встречается в курортных гостиницах и домах отдыха. Метод "Табльдот" (tabled'hote) отличается от "а парт" тем, что все гости обслуживаются в одно и то же время и по одному и тому же меню. Обслуживание начинается только тогда, когда все приглашенные гости соберутся за столом. Часто используется в пансионатах, домах отдыха и других средствах размещения, где производственные

мощности и возможности кухни достаточно ограничены. И самый распространенный метод обслуживания – это «Шведский стол». Представляет широкий выбор блюд со свободным доступом: можно взять все, что угодно, из того, что предложено и выставлено. Шведский может быть с небольшим набором блюд и напитков, например, джем, хлеб, масло, 2-3 сорта колбасы и сыра, один вид сока, чай, кофе, и в то же время такой метод обслуживания может предложить по-настоящему большой ассортимент. Все зависит как от категории отеля, так и от страны. Данный метод обслуживания имеет ряд преимуществ:

- повышает пропускную способность предоставляемого для завтрака зала;
- ускоряет процесс обслуживания;
- требует меньшей численности квалифицированного персонала и оборудования;
- позволяет наглядно оценить меню. Можно даже почувствовать аромат блюд, оценить количество и соотношение продуктов в том или ином блюде;
- при данном метода не ограничивается объем порций.

Различные категории гостей с радостью воспринимают данный метод обслуживания, потому что он дает возможность выбрать блюда по своему вкусу и в определенном количестве. «Шведский стол», или так называемый «сморгосбурдет» (бутербродный стол), - это фирменное изобретение, внедренное шведами в кулинарную культуру Европы еще в начале 19 века. Специалисты ресторанного дела полагают, что более корректно было бы назвать его «скандинавским» или даже «балтийским» столом, по тому, как его особенности и элементы формировались из народных кухонь и быта народов всех стран Балтии (не только Швеции, но и Финляндии, Латвии, Дании, немецкой Померании). [17]

В зависимости от категории обслуживаемых гостей, типа и оснащения предприятий питания применяются разнообразные виды сервиса. Наиболее распространенными принято считать сервисы:

- французский;
- английский;
- американский;
- немецкий;
- русский.

При каждом виде сервиса обслуживание осуществляется официантами. Французский сервис (обслуживание в обнос) – такой вид сервиса можно встретить в ресторанах высокой кухни, где он подчеркивает элегантность обслуживания. Французский сервис считается самым дорогостоящим, изысканным и впечатляющим в мире. Блюда, сервированные на большой тарелке, демонстрируют гостям. Для того, чтобы положить гостю в тарелку пищу официант должен подойти с левой стороны. Также можно встретить вариант французского сервиса, когда официант предлагает блюдо гостю, который обслуживает себя сам. Преимущества французского сервиса: непрерывный контакт с гостями, гость может выбрать сам предпочитаемый объем еды. Недостаток французского сервиса – необходима высокая трудоемкость персонала. При методе английского сервиса (обслуживание с приставного столика) официант сервирует блюдо гостя на приставном столике, а затем, с правой стороны, подает блюдо. В случае, если необходима добавка, официант вновь берет чистую тарелку, столовые приборы также меняются. Данный вид сервиса является трудоемким, именно поэтому он рекомендуется исключительно для обслуживания индивидуальных столиков. Преимущества английского сервиса: идеальный контакт с гостями, свобода движений для обслуживающего персонала. Недостаток английского обслуживания – требуется большое количество времени. Во время американского сервиса (подача порционных блюд) блюда готовятся и сервируются по тарелкам непосредственно на кухне. Официанты разносят и

расставляют блюда гостям. Этот вид пользуется популярностью благодаря простоте и оперативности. Преимущества американского сервиса: низкая трудоемкость, необходимо малое количество персонала. Недостатки американского обслуживания: слабый контакт с гостем, установленный объем порций, низкая трудоемкость. В процессе немецкого сервиса еда сервируется на большом блюде и ставится на стол на доступном от гостя расстоянии, чтобы он мог сам себе положить необходимую порцию. Преимущества немецкого сервиса в том, что гость сам определяет желаемый объем еды, в случае необходимости берет добавку. Недостаток немецкого сервиса: использование большого количества посуды, так как все блюда должны сервироваться отдельно. Последний рассматриваемый сервис – это русский сервис. Еда предоставляется на сервировочном блюде. Официант на глазах у гостей сервирует ее на порции, затем гости сами перекладывают эти порции в тарелки. Преимущество русского сервиса: гость сам определяет желаемый объем еды. Недостатки русского сервиса: высокая трудоемкость, при перекладывании еды неопытными гостями нарушается презентабельный вид блюда.

Особенность организации работы ресторана – это высокий класс обслуживания п. Классность предполагает совокупность отличительных признаков предприятий, которые характеризуются качеством предоставляемых услуг, уровнем и условиями обслуживания. С требованиями предприятий питания различных типов и классов можно ознакомиться в ГОСТ 50762-95. [1]

На предприятиях питания необходимо обеспечить профессиональный уровень комфортности за счет оборудования их мебелью надлежащего качества, создания интерьера и комфортного микроклимата, в том числе путем кондиционирования воздуха. Рестораны организуют обслуживание торжественных официальных приемов, совещаний, конференций, банкетов, свадеб. В вечернее время в ресторане может быть развлекательная программа в виде живой музыки. Обслуживают гостей на предприятиях питания

официанты, бармены, метрдотели, которые прошли специальное обучение и подготовку. На предприятиях, в которых обслуживают иностранных гостей, официантам полагается владеть одним из иностранных языков, преимущественно английским, в объеме, необходимом для выполнения своих профессиональных обязанностей. Развитие высокой культуры обслуживания, которая была бы ориентированной на потребности гостей, имеет первостепенное значение в деятельности предприятия питания. Этическая сторона обслуживания в работе предприятий питания занимает особое место. Высокая этическая культура – неотъемлемая черта всего персонала сферы гостеприимства. Бестактность, грубость, пренебрежительное отношение к посетителям неприемлемы во всех сферах трудовой деятельности, в сфере услуг они также недопустимы. Для полноты видения данной темы рассмотрим понятие культуры обслуживания.

Культура обслуживания – это система ценностей и убеждений, поддерживаемых предприятием сферы обслуживания, реализующая идею, что его главной целью является оказание потребителю качественных услуг на основе определенных правил, процедур, системы поощрений и действий. [18 с. 300]

В узком смысле данное определение можно понять, как совокупность правил вежливости и этики поведения. Все сотрудники ресторана должны руководствоваться установленными правилами, которые сосредоточены на создание у гостя максимального чувства комфорта. Стоит отметить, что основополагающими правилами обслуживания является безукоризненная вежливость, внимательность и тактичность ко всем гостям без исключения. Часто успех и популярность многих предприятий питания непосредственно зависит от этической культуры обслуживания, от внимательного и вежливого отношения персонала к гостям. Первостепенной задачей персонала является – завоевание доверия гостей, чтобы гость смог расслабиться и получить удовольствие от времени, проведенного в ресторане. Кроме того официант должен быть достаточно информирован, чтобы дать полноценные советы по

выбору блюд или напитков гостям, так как многие чувствуют себя неловко при выборе блюд, особенно, если они не пробовали таких продуктов ранее или посещают данный ресторан впервые. Целью любого предприятия общественного питания является создание таких условий для гостей, чтобы они не испытывали никаких неудобств и сложностей.[25]

Во время проведения массовых мероприятий необходимо учесть некоторые организационные аспекты. Питание участников массовых мероприятий в ресторане на гостиничном предприятии может включать один прием пищи (например, только обед) или несколько (завтрак, обед и ужин), оно также может быть однодневным и многодневным. Меню, стоимость рациона, время питания группы и её численность, а также другие организационные вопросы согласовываются с уполномоченным представителем оргкомитета, который отвечает за проведение данного мероприятия. При координации вопроса о времени принимают во внимание регламент работы мероприятия, практическую возможность ресторана, местные условия для приема пищи и т.д. Питание не может быть однообразным, важно учесть возрастные, национальные и другие особенности группы. Поэтому в меню могут включить по 2-3 вида холодных закусок, горячих блюд и напитков, различных как по составу, так и по способу приготовления. Во время приема иностранных туристов в ресторане имеет смысл поставить флажки на столы с расцветкой государственного флага той страны, из которой приехала группа. Нужно уделить особое внимание меню, его необходимо продублировать на иностранном языке, может быть даже сделать комплексное меню туристских завтраков, обедов и ужинов по типу «шведского стола». Меню составляется с учетом национальных, возрастных и других особенностей гостей, учитывая при этом их пожелания и замечания. Во время массового заезда некоторые рестораны обслуживают закрепленные за ними группы в две, а иногда и в три смены. Для питания каждой группы за ней закрепляют постоянные места (столы). В

одном зале могут питаться одновременно несколько отдельных групп туристов или делегаций.

Организация развлечений и отдыха является одной из важных функций ресторана. Гости приходят в ресторан не только, чтобы вкусно поесть, они также хотят провести время в хорошем настроении и с определенной атмосферой.

Отдых – это психофизиологический процесс, снимающий утомление, восстанавливающий и развивающий психические, физические и интеллектуальные силы. Это средство не только избавление от усталости, но и нейтрализации и компенсации негативных сторон повседневного образа жизни, элементов монотонности. Отдых может проходить с разнообразными развлечениями. [18, с. 36]

Развлечение – вид деятельности, который отвлекает от повседневных дел, дает возможность повеселиться, приятно провести время, доставляет удовольствие. [18, с. 37]

Развлекательные мероприятия имеют эмоциональную окраску, реализует потребности психологического плана, а также повышают тонус человека в целом. Задачами рекреационно-развлекательной деятельности является повышение психологического тонуса, формирование хорошего настроения. Во время посещения ресторана человек должен получать положительные эмоции, а после-уходить с приятными чувствами и желанием вернуться. Для этого важно создать нужную атмосферу, которая бы создавала определенное настроение и формировала контингент посетителей, их манеры поведения, внешний вид. Атмосфера является важной составляющей ресторана, так как именно за этим и идут посетители.

Задачей в организации какого-либо мероприятия является создание определённой атмосферы, которая удерживала бы внимание гостей, посредством художественных средств. Атмосфера может быть торжественной и праздничной благодаря приветливым официантам, негромкой музыке, особенному свету, а может и быть домашней, если

использовать небольшое помещение с уютным оформлением, также можно и создавать атмосферу разного характера, например, деловую, строгую, игривую, анархическую и т.д. В первую очередь атмосфера ресторана зависит от персонала. Хостес или метрдотель встречают гостей с улыбкой на лице и провожают в зал, при этом обещая вкусные блюда и хорошее времяпрепровождение, в этом случае у гостя проходят все сомнения, и он принимает приглашение. Официанты поддерживают эту атмосферу в течение всего времени обслуживания. Каждое мероприятие, в виду своей специфики, для достижения качества требует особенной атмосферы. Рассмотрим наиболее распространенные мероприятия: завтрак, обед (на несколько персон), банкет для туристических групп, торжественный ужин, аперитив, банкет, день рождения, свадьба, танцевальные вечера, вечер фольклора, день(дни) национальной кухни и т.д. Например, если проводится такое мероприятие, как дни национальной кухни, то имеет смысл вставить музыкальное сопровождение и анимационную программу, которая была бы понятна для данной национальности. Администрация отеля должна ответственно относиться к организации мероприятия, чтобы избежать экономического убытка и недовольных гостей. Важно учесть многие аспекты, например, время проведения мероприятия, его режиссуру, музыкальное или анимационное сопровождение, оформление зала и, конечно, приготовление особых блюд. Также в некоторых случаях имеет смысл провести маркетинговый анализ и рекламную кампанию. Если вся подготовка к мероприятию пройдет внимательно и ответственно, то данному предприятию будет обеспечена своя клиентура, доход и реклама.

В данном параграфе рассматривались понятие, сущность и характеристика услуг питания в гостиничном предприятии. Рассмотрев неотделимую от проживания в отеле услугу предоставления завтрака, мы изучили его виды, что позволило нам получить более глубокие знания об этом приеме пищи и влияние потребностей гостей на него. А также, исследовав методы обслуживания можно уже точно сказать, какой метод

лучше применим для завтрака, а какой для обеда и ужина. Кроме того, изучение видов сервиса дает возможность грамотного применения его для различных категории гостей. Существует также множество факторов, которые нужно учитывать во время обслуживания иностранных гостей или больших спортивных групп. Успешная организация работы предприятия питания, конечно, зависит от вкусной кухни, в то же время необходимо помнить, что на общее впечатление гостя влияют и другие аспекты, такие как культура обслуживания, организация досуга, атмосфера. Таким образом, подводя итог первого параграфа, можно сделать вывод, что только обратив внимание на все важные пункты обслуживания, а также на все немаловажные мелочи, можно добиться успеха.

1.2 Особенности банкетного обслуживания гостей отеля

Как мы уже рассмотрели в предыдущем параграфе, наличие предприятия питания в гостинице дает огромную возможность не только для предоставления питания в формате завтраков/обедов/ужинов, но и для проведения массового питания для спортивных групп или для иностранных гостей, а также для организации мастер-классов, праздничных мероприятий, юбилеев, свадеб, корпоративов, одним словом, банкетов.

Банкет (от фр.banquet) – званый обед или ужин в торжественных рамках, устраиваемый в честь определенного лица или события (например, юбилея или свадьбы). Для проведения банкетов зачастую использует банкетный зал. [14]. Чтобы понимать вариативность банкетов и их определенную специфику, нам нужно изучить их существующие виды и особенности, что позволит в дальнейшем иметь представление какая форма обслуживания подходит для определенного мероприятия

1. Банкет за столом с полным обслуживанием. Такая форма

обслуживания самая сложная и ответственная, поэтому для её проведения выбирают самых квалифицированных сотрудников. Банкет

с полным обслуживанием представляет собой чаще всего официальное мероприятие, где за столами сидят гости, в соответствии с протоколом, за торжественными столами, а официанты работают «в обнос». При такой форме обслуживания важно помнить, что необходимо соблюдать порядок и время подачи блюд, так как продолжительность такого банкета не велика и в меню включается сравнительно небольшое количество закусок, блюд и напитков.

2. Банкет за столом с частичным обслуживанием. Такая форма обслуживания носит не такой официальный характер, могут быть организованы юбилей, свадьба, встреча и т.д. Обычно, гости сами выбирают за каким столом сесть, в то же время выделяется центральный стол для почетных гостей банкета. В отличие от банкета с полным обслуживанием, здесь могут быть включены совершенно разнообразные закуски, весь ассортимент которых выставляется до начала банкета за 30-40 минут. Все блюда и напитки на столах располагаются так, чтобы гость сам, не прибегая к помощи официантов, мог взять все, что ему понравится. Такая форма обслуживания считается самой распространенной, банкет длится от двух и более часов, в зависимости от цели встречи гостей.
3. Банкет-фуршет. Также является довольно популярной формой обслуживания, используется чаще всего для кофе-брейков во время конференций, бизнес-завтрака, десертного стола и т.д. Главной отличительной особенностью является то, что гости едят и пьют стоя, в связи с этим банкет длится от одного до полутора часов. У такой формы обслуживания есть много преимуществ: можно обслуживать гораздо большее число гостей, каждый участник можно с легкостью менять свое месторасположение и выбирать собеседника, расходы на одного гостя значительно ниже, чем при обычном банкете за столом. Меню обычно состоит из различных закусок, десертов и выпечки, все должно быть небольшого размера, чтобы можно было удобно есть

стоя. При организации такого банкета используются фуршетные столы, они выше обычных столов.

4. Банкет-коктейль. Такая форма обслуживания является одной из разновидностей банкета, где гости едят и пьют стоя, этот вид более экономичен, по сравнению с предыдущим. Такие банкеты проходят в антрактах театрального представления, также может послужить аперитивом перед банкетом с полным обслуживанием. По времени данное мероприятие длится не более полутора часов. В организации используются небольшие круглые столы, которые расставляются вдоль стен зала или в нишах. Для меню часто используются небольшие закуски-канапе, которые удобно есть с помощью шпажки.
5. Банкет по типу «шведский стол». Самая распространенная форма обслуживания для проведения завтраков в отелях всего мира. Данный тип банкета можно рассматривать как самый демократичный, где на первом месте стоят быстрота и практическая польза, а для его проведения необходимо минимальное количество обслуживающего персонала. В зале расставляют фуршетные столы, образуя с их помощью линию раздачи, в остальной части зала ставят обеденные столы и стулья. Обычно, банкеты в формате «шведского стола» проходят в ограниченный период времени, например, с 07:00 до 10:00 для завтраков.
6. Банкет по типу «буфет». Данный тип обслуживания схож со «шведским столом», однако несет в себе другой смысл. Такой банкет можно назвать «французским приемом», так как он представляет собой принципы классического французского ресторана. Обеденные и фуршетные столы изящно сервированы, а гостей обслуживают квалифицированные официанты. Такой банкет может быть организован как для юбилея, презентации новых блюд, так и для мероприятия VIP-персон.

7. Комбинированные банкеты. В последнее время все чаще можно увидеть комбинированные варианты обслуживания банкетов, например, можно совместить банкет-коктейль с фуршетным обслуживанием. Для того случая потребуется два банкетных зала, один из которых оформляется под банкет-коктейль, и гости в нем проводят 30-40 минут, а далее они переходят во второй зал, где уже накрыт фуршетный стол, где уже сервированы различные закуски.
8. Банкет-чай. Такая форма обслуживания обычно организуется для женщин или узкого круга родственников. Приглашение на чай имеет много вековую историю, например, в Англии и сейчас относится с уважением к чаепитию, которое начинается в 5 часов вечера, а в России обязательным элементом является самовар, в Японии и Китае существуют знаменитые чайные церемонии. Для такого мероприятия необходимо организовать уютное небольшое помещение с красивыми скатертями и десертной, чайной, кофейной посудой. Из угощений обычно можно встретить выпечку, фрукты, сладости, десертные или полусладкие вина. [14]

На каждом банкете любая мелочь играет важную роль, поэтому менеджер зала перед мероприятием информирует весь персонал с предстоящем банкете, закрепляет за официантом свою зону для обслуживания и акцентирует внимание на деталях, также оформитель декорирует зал в определенной тематике, тщательно подбирается музыка и световое решение. Не стоит забывать, что и меню занимает главенствующую роль, так как качество предоставляемых блюд также важно, именно поэтому меню тщательно разрабатывается еще задолго до мероприятия, также, иногда проводится дегустация меню или отдельных блюд.

Меню – это документ, предназначенный для информирования потребителей об ассортименте кулинарной и кондитерской продукции, напитков и других товаров, их количественных характеристиках (выхода блюд и цены). [9] Меню со свободным выбором блюд составляется на

предприятиях общественного питания и предоставляет ассортимент блюд, записанных в утвержденном порядке с указанием выхода блюд, гарнира, основного продукта и цены. При формировании меню придерживаются определенных правил расположения закусок и других блюд. В кафе меню рекомендуется начинать с горячих (не менее 10 наименований) и холодных напитков, мучных кондитерских изделий. В специализированных предприятиях – с характерных для них блюд: в чайных – с чая, в шашлычных – с шашлыков и т.д. Меню комплексных обедов (завтраков, ужинов) представляет собой перечень блюд на установленную стоимость, при сочетании которых обеспечивается комплекс необходимых для организма белков, жиров, углеводов, минеральных веществ и витаминов. В таком меню указывается цена не только каждого блюда, но и общая стоимость. Как правило, в обеденном зале реализуется два варианта комплексных обедов, завтраков, ужинов, различных по составу, но одинаковых по стоимости. При организации питания по абонементам, которые продаются на неделю, декаду, месяц, в меню включают блюда, общая стоимость которых соответствует стоимости абонемента. Меню дневного рациона применяется в домах отдыха, санаториях, интернатах, детских лагерях, воинских частях. Его формируют также для участников съездов, конференций, которые питаются в ресторанах 2-3 раза в день. Меню дневного рациона составляется одновременно для завтрака, обеда, ужина, учитывая физиологические потребности человека. Оно может быть со свободным выбором или заранее скомплектованным. В домах отдыха и санаториях потребители могут заказать блюда на следующий день в соответствии с предложенным меню. Меню диетического питания составляется в диетических столовых с учетом 5-6 основных диет (1, 2, 5, 7/10, 9). Для каждой диеты формируется определенный ассортимент блюд. В составлении меню принимает участие диетврач или диетсестра. Меню детского питания составляется на основе физиологических норм питания детей и подростков, с разным выходом порций для разных возрастных групп (7-10 лет, 11-13 лет, 14-17 лет). В

школьных столовых разнообразие блюд достигается составлением циклического меню на 2 недели. Банкетное меню составляется с учетом характера банкета и времени его проведения. В меню банкета включают несколько холодных блюд и закусок, которые можно заказать из расчета $\frac{1}{2}$ или $\frac{1}{3}$ порции. В меню включают одну горячую закуску, вторые горячие блюда 1-2 наименований, десертные блюда, горячие напитки, мучные кондитерские изделия. Меню тематических мероприятий составляют при встрече Нового года, торжествах в дни традиционных праздников. [15]

Профессионально организованный банкет или грамотно составленное меню еще не значит, что мероприятие будет иметь регулярный успех у гостей. Поэтому важно вести продвижение своих услуг, стимулировать продажи – это позволит привлекать больше гостей и получать стабильную прибыль. Продвижение услуги питания значит постоянное рекламирование, привлечение внимания с помощью различных скидок, лотерей, купонов, акции. Акция на предприятие питания – это способ повысить поток гостей, сделать его более стабильным, а также увеличить доход предприятия в период низких продаж. Акция на предприятии общественного может быть запущена на разных этапах развития предприятия:

- В период открытия предприятия. На начальном этапе работы заведения акции способствуют привлечению гостей и созданию базы клиентов.
- При введении в постоянное меню новых блюд или временных позиций, а также при проведении ребрендинга на предприятии.
- Во период снижения доходов. На данном этапе акции используют для повышения среднего чека, оборота предприятия и быстрого роста выручки. [46]

Прежде всего, акция проводится для повышения потока гостей и суммы заказов. В то же время постоянное внедрение акции может дать менее заметный результат в выручке, а также, из-за в будущем резкого подъема продаж может и не быть в критических ситуациях, когда на предприятии

будет спад продаж. Необходимо учитывать баланс и увеличивать размер скидки постепенно. Акцию можно также назвать – «специальное предложение». Можно выделить три наиболее эффективных инструмента для создания таких предложений:

- Побуждение к действию – то, что нужно сделать здесь и сейчас. Для гостя ставится конкретная задача для получения желаемой выгоды. Используются такие клише, как «приходите сегодня», «перезвоните по телефону», «оставьте заявку на сайте». Такой призыв должен звучать четко, что гарантирует незамедлительный результат и выгоду.
- Выгодное предложение – то, что поможет сделать выбор гостя в сторону заведения. Например, молодая пара планирует провести романтический ужин и хочет купить элитную бутылку вина, но не может определиться с десертом, так как не хочется тратить много денег. В таком случае можно провести акцию «При покупке элитного вина, два десерта от шеф-повара в подарок», при этом нужно учитывать, что наценка на алкоголь обычно идет большая. Такая акция позволит удовлетворить потребности гостей, освободит их от процесса выбора и даст чувства выгоды.
- Искусственное ограничение – это то, что применимо везде и всегда. Если ограничения нет, то акция перестает быть уникальной. Причиной для введения какого-либо ограничения может быть сезонность, неделя определенного блюда, день рождения. Ограничения могут быть по количеству человек, например, только для пар, или временные по дням недели.

Наибольшей популярностью пользуются такое предложение как купоны. Необходимо помнить, что не стоит делать скидку на все меню, так как это не принесет дохода, потому что, когда цены станут прежними, гости могут уже не вернуться. Поэтому не стоит делать акцент на сотрудничество с различными интернет-компаниями, которые предлагают купоны на услуги, например, Биглион или Купонатор. Такой союз может иметь место в том

случае, если его применять в период продвижения определенной категории блюд. Существуют также безлимиты. Суть данного предложения заключается в неограниченном предоставлении блюд и напитков для гостя при фиксированном времени и определенной сумме. Такая акция подойдет для предприятий, которые имеют выгодные условия от поставщиков и наличие уверенного потока гостей. Кроме того, часто можно встретить предложение сет-меню. Данная категория относится завтраки, комплексные обеды и ужины по специальной цене. Сет-меню обеспечивает постоянный поток гостей в непопулярное время. Специальное предложение два плюс один увеличивает сумму заказа гостя. Примером может послужить акция «4 бизнес-ланча и 1 в подарок!» или «7 кофе бесплатно!».

Просто запуск специального предложения на предприятии не принесет успех для кампании. Потенциальные гости должны узнать о проводимых акциях, для этого нужно провести маркетинговую кампанию. Необходимо определить целевую аудиторию, выделить бюджет на рекламную кампанию и воспользоваться одним или несколькими инструментами продаж, например, публикация акций на официальном сайте предприятия или на других интернет-источниках либо использовать наружная реклама, а также это может быть емейл-рассылка или участие на сайтах-купонаторах. Акции на предприятиях общественного питания является неотъемлемой частью маркетинговой программы заведения и при их правильном использовании и внедрении можно увеличить поток посетителей и доход предприятия. В то же время, внедрять акции стоит ограничено и с верным расчетом, постепенно пробуя специальные предложения на разных категориях гостей и выбирая наилучшее решение. [46]

Во втором параграфе были изучены особенности банкетного обслуживания гостей отеля. Необходимо заметить, что для всех мероприятий с определенной смысловой нагрузкой имеется своя форма обслуживания банкета, в которой учитывается контингент гостей, которые приглашены, их количество, статус, причина, по которой они собрались, время проведения,

уже исходя из этого принимаются решения по расстановке столов и блюд на них, количество и разряд официантов, продолжительность мероприятия, его оформление и т.д. Кроме того, было рассмотрено виды меню, его особенности и для каких предприятий лучше использовать тот или иной вид меню. Исследовав значение акций и скидок можно с уверенностью сказать, что предприятию, идущему в ногу со временем необходимо внедрять мероприятия подобного рода, чтобы привлечь новых гостей, укрепить свои позиции и увеличить доход. Таким образом, изучая различные теоретические аспекты в первой главе, мы создаем базу, благодаря чему формируется определенные профессиональные компетенции, например, «Осуществление поиска и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития» или «Использование информационно-коммуникационных технологии в профессиональной деятельности», которые можно применить на практике во второй главе.

ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА АКЦИИ «МЕНЮ НА 100 000 РУБЛЕЙ»

Материалы удалены, т.к. содержат коммерческую ценность.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современные требования сервисного обслуживания предъявляют к средствам размещения достаточно высокие требования – это заключается и в способности гостиничным предприятием предложить гостю широкий спектр дополнительных услуг, и в высоких требованиях к подготовке персонала, а также в необходимости в современном техническом оснащении всего предприятия. На текущее время можно встретить различные формы предоставления питания от бизнес-завтрака до гастрономического тура. В то же время, предприятие не всегда использует все существующие ресурсы для разнообразия услуги питания, этим и обуславливается актуальность данной дипломной работы, в ходе которой также были выявлены противоречие, проблема, объект и предмет, поставлена цель, для достижения которой сформулировали задачи.

Для успешного достижения любой цели необходимо прежде всего рассмотреть теоретическую часть. Изучение которой позволило нам подробно ознакомиться с формами организации питания, которые предоставляются гостям во время проживания в гостинице, видами завтраков и сервиса, методами обслуживания. Знакомство с культурой обслуживания показало нам, что для успешного предприятия важны такие факторы как атмосфера, организация досуга, квалификация персонала и т.д. Далее мы выяснили, что проведения банкета также имеет свои формы обслуживания, и для каждого его вида играют роль такие моменты, как контингент гостей, цель, с которой они собрались, время проведения и продолжительность. Кроме того, мы изучили один из важнейших аспектов банкета-меню, его значение и виды. Знакомство с теоретической частью позволило нам понять из чего состоит услуга питания.

Во второй главе мы проанализировали гостиничный рынок г.Екатеринбург по месту расположения и категориям. Также рассмотрели организационную структуру, предоставляемые услуги отеля «Московская

горка by USTA Hotels», его конференц и банкет-залы. Анализ существующей ситуации с банкетными залами в отеле и анализ конкурентных банкетных площадок в отелях 4 звезды г.Екатеринбург показал, что отелю необходим новый зал, который бы позволили вместить большее количество человек, при этом залу необходима реконструкция и новое предложение, которое бы привлекло гостей. После того, как была выявлена потребность в данной услуге, началась разработка акции «Меню на 100 000 рублей», в ходе которой рассчитывалась себестоимость меню, комплиментов и маркетинговой программы. Также были приведены такие показатели, как расходы, доходы и прибыль. В дальнейшем был составлен план доходов на 2018 год, благодаря которому удалось рассчитать риски и рентабельность акции. Кроме того, в работе представлены матрица ответственности и производственный план, в которых были рассмотрены службы, участвующие в проектирование продукта, ответственные лица за каждый этап и необходимое время для выполнения.

Данная акция уже была внедрена и апробирована. Реконструкция конференц-зала № 1 началась в сентябре 2017 года и закончилась в декабре 2017 года, и теперь этот зал называется «Монреаль». Название зала также обосновано во второй главе. Фотосессия состоялась, с фотографиями которой можно ознакомиться в приложении 5. Были напечатаны и выпущены буклеты, всех сотрудников службы приема и размещения, а также службы питания и напитков ознакомили с новой акцией. Уже в декабре 2017 года было проведено два банкета по акции «Меню на 100 000 рублей», со средним чеком 2000 рублей на человека и на каждом банкете присутствовало по 80 человек. В ходе апробации были выявлена одна проблема. Так как зал «Монреаль» находится напротив остальных конференц-залов, то музыка и другой шум с банкета мешали проведению конференции в соседнем зале. Конфликтную ситуацию удалось устранить с помощью договоренности с организаторами обеих сторон и предоставления комплиментов пострадавшей стороне. Также, после этого случая решили не бронировать на одно и то же

время проведения конференции и банкета в соседних залах. После одного случая подобных ситуаций больше не возникало. Результаты анкетирования гостей показали, что мероприятия прошли на достойном уровне, гости были удовлетворены работой персонала и качеством блюд. Получения обратной связи позволяет увидеть зоны роста, а также закрепить уже устоявшиеся результаты, чтобы дальнейшие банкеты также проходили на высшем уровне.

В процессе разработки двух глав было применено несколько компетенций. Например, в первой главе, изучая теорию и законодательные аспекты, а именно ГОСТы, была сформирована компетенция «Способность организовывать работу исполнителей», в ходе которой были получены знания о нормативно-правовой документации, а уже во второй главе эти знания были применены на практике. Прежде всего, во второй главе была использована компетенция «Готовность к организации и выполнению проектов в гостиничной деятельности», так как мы проектировали услугу в гостиничном предприятии. В первом параграфе второй главы мы применили компетенцию «Способность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг», мы исследовали гостиничный рынок Екатеринбурга, составили рисунки о процентом расположении гостиниц в городе, а также какая категория гостиниц преобладает, рассмотрели информацию о средней загрузке отелей и о туристических потоках. Кроме того, во второй главе была применена такая компетенция, как «Владение навыками определения и анализа затрат гостиничного предприятия и других средств размещения». В рамках которой сначала мы анализировали экономические показатели текущего положения на предприятии, а затем рассчитывали экономику новой услуги, а именно, её себестоимость, затраты, доходы, прибыль, а также риски и рентабельность.

Анализируя работу двух глав мы считаем, что тема выпускной квалификационной работы «Проектирование услуги питания на гостиничном предприятии» полностью раскрыта. Первая глава, посвященная теоретическим аспектам, позволила нам узнать сущность услуги питания и её

особенности, а также, с помощью полученной информации, мы разработали услугу «Меню на 100 000 рублей», которая на данный момент успешно внедрена на предприятии.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р 50762-95 Общественное питание. Классификация предприятия [Текст]: принят Межгосударственным Советом по стандартизации, метрологии и сертификации 10 октября 1995 г.
2. ГОСТ Р 50764-95 Услуги общественного питания. Общие требования [Текст]: принят постановлением Госстандарта России 05.04.1995 г.
3. ГОСТ Р 50935-96 Общественное питание. Требования к обслуживающему персоналу [Текст]: принят постановлением Госстандарта России 21 августа 1996 г.
4. ГОСТ Р. 50647-94 Общественное питание. Термины и определения [Текст]: принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации 21 ноября 1997 г.
5. Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями [Текст]: приказ Минкультуры России (Министерство культуры РФ): принят 11 июля 2014 г. №1215 – 88 с.
6. Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации [Текст]: Постановление Правительства РФ: принят 9 октября 2015 г. № 1085 – 8 с.
7. СанПиН 2.3.2. 1078-01 Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов.
8. СанПиН 2.3.6. 1079-01 Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья.
9. СанПиН 2.3.2. 560-96 Гигиенические требования к качеству и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов.

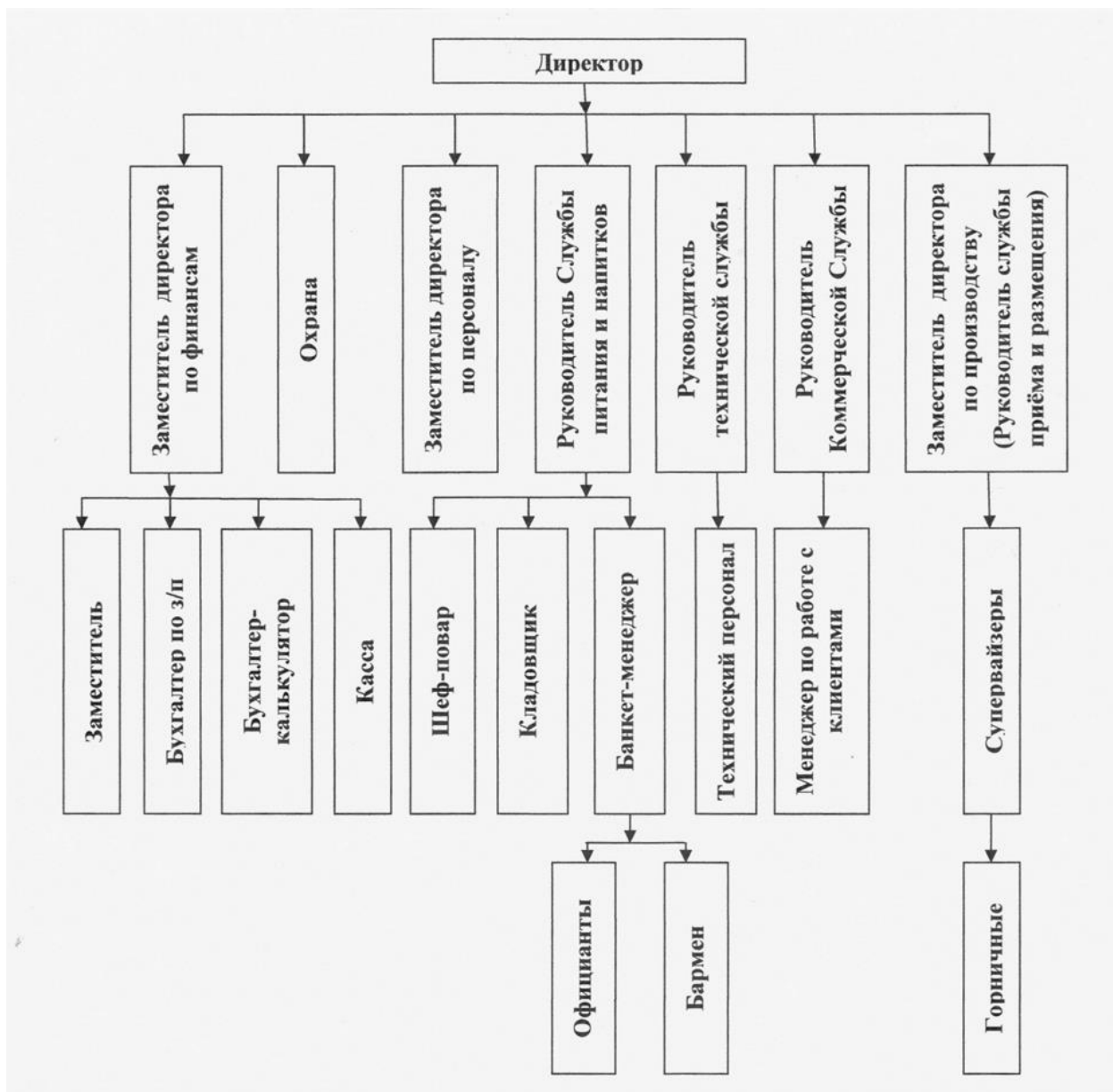
10. Агафонова. Л. Г., Агафонова. О. С. Туризм, гостиничный и ресторанный бизнес: ценообразование, конкуренция, государственное регулирование: Учебное пособие -. М.: Знание Украины, 2002 - 352 с
11. Архипов. ВВ. Организация ресторанного хозяйства: Учебное пособие -. М.: Центр учебной литературы, 2007 - 280 с
12. Багмут, С.И. Интерьер предприятий общественного питания; М.: Экономика - Москва, **2012**. - **122** с.
13. Барановский В. А. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания; Феникс - Москва, **2012**. - 352 с.
14. Белошапка, М. И. Технология ресторанного обслуживания [Текст]: учеб. пособие для нач. проф. образования / Марина Ивановна Белошапка. – М.: Издательский центр «Академия», 2004 – 224 с.
15. Бондаренко, Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов [Текст]: учеб. пособие / Г. А. Бондаренко. – М.: Новое издание, 2008. – 365 с.
16. Васюкова А. Т. Проектирование предприятий общественного питания; Дашков и Ко - Москва, 2012. - 144 с.
17. Волкова, И. В. Ресторанный бизнес в России: с чего начать и как преуспеть [Текст] / И. В. Волкова, Я. И. Миропольский, Г. М. Мумрикова. – 2-е изд. – М.: Флинта: Наука, 200. – 184 с.
18. Волков, Ю. Ф. Технология гостиничного обслуживания [Текст] / Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 384 с.
19. Гибсон. П. Ресторанный бизнес. Как открыть и успешно управлять рестораном: Пер с англ -. М.: Рус консулом, 1999 - 272 с
20. Докторов А. В., Митрофанова Т. И., Мышкина О. Е. Охрана труда в сфере общественного питания; Альфа-М, Инфра-М - Москва, **2010**. - 272 с.
21. Домарецкий В. А. Технология продуктов общественного питания; Форум - Москва, **2012**. - 400 с.
22. Джум. И., Ольшанская. СА. Организация и технология питания туристов: Учебное пособие -. М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011 - 320 с

- 23.Дурович. АП. Маркетинг гостиниц и ресторанов -. М.: Новое знание, 2006
- 24.Елхина В. Д. Механическое оборудование предприятий общественного питания; Академия - Москва, 2011. - 336 с.
- 25.Ершов В. Д. Промышленная технология продукции общественного питания; ГИОРД - , 2010. - 232 с.
- 26.Кучер Л. С., Шкуратова Л. М. Организация обслуживания общественного питания [Текст]: Учебник. — М.: Издательский Дом «Деловая литература», 2002. — 544с.
- 27.Ковешников. ВС. Использование зарубежного опыта организации общественного питания: Учебное пособие-М.: КТЭИ, 1991
- 28.Кононихин. С. В. Организация гостиничного и ресторанного хозяйства:. Учебное пособие -. Донецк:. ДИТБ, 2004 -344 с
- 29.Лойко, О. Т. Сервисная деятельность [Текст]: учеб. пособие для вузов / О. Т. Лойко. – Издательский центр «Академия», 2008. – 304 с.
30. Лутошкина Г. Г. Гигиена и санитария общественного питания; Академия - Москва, 2012. - **878** с.
- 31.Лысенко Ю., Лысенко М., Таипова Э. Экономика предприятия торговли и общественного питания; Питер - Москва, 2013. - 416 с.
- 32.Мюллер, Ф. Пособие для работников общественного питания; М.: Экономика - Москва, **2010**. - 136 с.
- 33.Нечаюк. ЛИ,. Нечаюк. НО. Гостинично-ресторанный бизнес: менеджмент:. Учебное пособие -. М.:. Центр учебной литературы, 2009 - 344 с
- 34.Нечаюк. ЛИ,. Телеш. НО. Гостинично-ресторанный бизнес. Менеджмент:. Учебное пособие -. М.:. Финансы и статистика, 2003 - 348 с
- 35.Панова. ЛА. Обслуживание на предприятиях общественного питания -. М.:. Дашков и. К, 2003 - 304 с

36. Папирян. Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны) -. М.: Экономика, 2000 - 207 с
37. Розанова Т.П., Муртузалиева. Т.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма.: Практикум -. М.: Изд-торг корпорация "Дашков и. К °", 2011 - 132 с
38. Саак. А.Э., Якименко. М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны):. Учебное пособие-СПб.: Питер, 2012 - 432 с
39. Сало. Я.М. Организация обслуживания населения на предприятиях питания. Ресторанное дело.: Справочник официанта -. Львов.: Афиша 2005 - 336 с
40. Торопова Н. Д. Организация производства на предприятии общественного питания; Феникс - Москва, 2010. - 416 с.
41. Уокер. Дж. Р. Введение в гостеприимство.: Учебник.: Пер с англ - 2-е
42. Усов. В.В. Организация обслуживания в ресторанах.: Практическое пособие -. М.: Высшая школа, 1990 - 208 с
43. Усов. В.В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания -. М.: Изд центр "Академия", 2002 - 415 с
44. Федцов. В.Г. Культура ресторанного сервиса.: Учебное пособие -. М.: "Дашков и. К °», 2009 - 248 с
45. Федцов. В.Г. Культура сервиса: Учебно-практическое пособие -. М.: ПРИОР, 2000
46. Постер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://joinposter.com/post/how-to-set-up-discounts-in-cafe>
47. Главный портал индустрии гостеприимства и питания. Режим доступа: [http:// www.horeca.ru](http://www.horeca.ru)
48. Портал о гостиничном бизнесе. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://prohotel.ru>. – Загл. с экрана.
49. Психология, этика, управление персоналом Форма доступа: <http://partnerstvo.ru/lib/up/>

50.Федеральный портал protown.ru [Электронный ресурс]. – Свердловская область. Справочная информация о Свердловской области, 2016. – Режим доступа: <http://www.protown.ru/>

СТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ



ПРИЛОЖЕНИЕ 2

РЕСТОРАНЫ ОТЕЛЯ «МОСКОВСКАЯ ГОРКА BY USTA HOTELS»



Рис. 1. Ресторан «Классик-Холл»

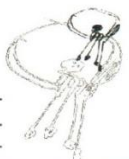


Рис. 2. Ресторан «Мезон»



Рис. 3. Ресторан «Люмбер»

СЕБЕСТОИМОСТЬ МЕНЮ



мезон
ресторан

ДАТА: _____				
ВРЕМЯ: _____				
КОЛ-ВО ГОСТЕЙ: 50				
МЕСТО: _____				
наименование	вес/г	кол-во	себестоимость	сумма
Холодные закуски				
<u>Рулеты из баклажан, фаршированные сыром и кинзой с зернами граната</u> Состав блюда: баклажаны, сыр Голландский, морковь, орех грецкий, арахис, соус Гранатовый, гранаты, зелень	200	13	63	819
<u>Сельдь с молодым картофелем и маринованным луком</u> Состав блюда: филе сельди, картофель, лук маринованный, соус Винегрет (перец сладкий, лук, масло растительное), маслины, зелень	250	12	49	588
<u>Ассорти рыбное</u> Состав блюда: лосось слабого посола, рулет из мусса семги и судака, масляная рыба, филе макрели в соусе Терияки, лимон, салат лист зелень	300	6	247	1482
<u>Ассорти мясное</u> Состав блюда: буженина, сервелат, рулет московский, рулет куриный, томаты Черри, салат лист, зелень	240	19	128	2432
<u>Ассорти сыров</u> Состав блюда: сыр Чеддер, сыр Мацарелла, сыр Мааздам, мед, орех грецкий, виноград	250	7	134	938
<u>Ассорти домашних солений</u> Состав блюда: огурцы консервированные, капуста по-грузински, томаты Черри маринованные, перец сладкий, грибы опята маринованные	255	12	46	552
<u>Ассорти свежих овощей</u> Состав блюда: томаты свежие, огурцы, томаты Черри, перец сладкий, сельдерей, редис, салат лист, зелень	370	7	56	392
Выпечка				
Хлебная корзинка(булочка пшеничная/ржаная)	30/30	40	4	160
Каравай		1		
Салаты				
<u>Салат с кальмарами и сладким перцем в остром соусе</u> Состав блюда: кальмар, перец сладкий, салат лист, перец халапеньо, соус для рыбы, кунжутное семя	110	19	30	570
<u>Салат с говядиной, мясом птицы и овощами</u> Состав блюда: говядина, мясо куриной, огурцы, перец сладкий, горошек зеленый, сыр Голландский, заправка итальянская, кунжутное семя, зелень	115	18	25	450
<u>Салат мясной с хрустящим картофелем и овощами</u> Состав блюда: ветчина, буженина, кукуруза, фасоль стручковая, сыр Голландский, огурцы консервированные, майонез, картофель, салат лист, зелень	120	50	15	750
Горячие закуски				
<u>Жульен из курицы с овощами</u> Состав блюда: филе куриное, грибы шампиньоны, томаты, баклажаны, сливки, тесто слоеное, сыр Голландский, лук репка, масло растительное, мука, чеснок, зелень	120	50	29	1450
Горячие блюда				
<u>Свинная корейка, фаршированная овощами и сыром с картофельными дольками</u> Состав блюда: свинина корейка, картофель, фасоль стручковая, лук репка, чеснок, сыр Голландский, перец сладкий, бекон	290	30	70	2100
<u>Треска с ризотто и грибным соусом</u> Состав блюда: треска, яйцо куриное, сливки, сухари панировочные, крупа рисовая, сыр Пармезан, томаты Черри, грибы шампиньоны, вино столовое	280	20	110	2200
Напитки безалкогольные				
Домашний морс (клюквенно-брусничный)	1л	40	28	1120
Вода «Родники России»	0,5	15	18	270
СУММА (меню)				15134
обслуживание 10%				1513
ИТОГО				16647
Средний вес на 1-го гостя				996
Средний чек на 1-го гостя				333
Средний чек на 1-го гостя				2000

Рис. 4. Бланк себестоимости меню

МЕНЮ



ДАТА:					
ВРЕМЯ:					
КОЛ-ВО ГОСТЕЙ:				50	
МЕСТО:					
наименование	вес/г	кол-во	стоимость	сумма	тарелки
Холодные закуски					
<u>Рулеты из баклажан, фаршированные сыром и кинзой с зернами граната</u>					
Состав блюда: баклажаны, сыр Голландский, морковь, орех грецкий, арахис, соус Гранатовый, гранаты, зелень	200	13	330	4290	
<u>Сельдь с молодым картофелем и маринованным луком</u>					
Состав блюда: филе сельди, картофель, лук маринованный, соус Винегрет (перец сладкий, лук, масло растительное), маслины, зелень	250	12	360	4320	
<u>Ассорти рыбное</u>					
Состав блюда: лосось слабого посола, рулет из мусса семги и судака, масляная рыба, филе макрели в соусе Терияки, лимон, салат лист зеленый	300	6	960	5760	
<u>Ассорти мясное</u>					
Состав блюда: буженина, сервелат, рулет московский, рулет куриный, томаты Черри, салат лист, зелень	240	19	430	8170	
<u>Ассорти сыров</u>					
Состав блюда: сыр Чеддер, сыр Мацарелла, сыр Мааздам, мед, орех грецкий, виноград	250	7	520	3640	
<u>Ассорти домашних солений</u>					
Состав блюда: огурцы консервированные, капуста по-грузински, томаты Черри маринованные, перец сладкий, грибы опята маринованные	255	12	300	3600	
<u>Ассорти свежих овощей</u>					
Состав блюда: томаты свежие, огурцы, томаты Черри, перец сладкий, сельдерей, редис, салат лист, зелень	370	7	390	2730	
Выпечка					
Хлебная корзинка(булочка пшеничная/ржаная)	30/30	40	20	800	
Каравай		1			
Салаты					
<u>Салат с кальмарами и сладким перцем в остром соусе</u>					
Состав блюда: кальмар, перец сладкий, салат лист, перец халапеньо, соус для рыбы, кунжутное семя	110	19	190	3610	
<u>Салат с говядиной, мясом птицы и овощами</u>					
Состав блюда: говядина, мясо куриное, огурцы, перец сладкий, горошек зеленый, сыр Голландский, заправка итальянская, кунжутное семя, зелень	115	18	220	3960	
<u>Салат мясной с хрустящим картофелем и овощами</u>					
Состав блюда: ветчина, буженина, кукуруза, фасоль стручковая, сыр Голландский, огурцы консервированные, майонез, картофель, салат лист, зелень	120	50	160	8000	
Горячие закуски					
<u>Жюльен из курицы с овощами</u>					
Состав блюда: филе куриное, грибы шампиньоны, томаты, баклажаны, сливки, тесто слоеное, сыр Голландский, лук репка, масло растительное, мука, чеснок, зелень	120	50	280	14000	
Горячие блюда					
<u>Свинная корейка, фаршированная овощами и сыром с картофельными дольками</u>					
Состав блюда: свинина корейка, картофель, фасоль стручковая, лук репка, чеснок, сыр Голландский, перец сладкий, бекон	290	30	490	14700	
<u>Треска с ризотто и грибным соусом</u>					
Состав блюда: треска, яйцо куриное, сливки, сухари панировочные, крупа рисовая, сыр Пармезан, томаты Черри, грибы шампиньоны, вино столовое	280	20	480	9600	
Напитки безалкогольные					
Домашний морс (клюквенно-брусничный)	1л	40	250	10000	
Вода «Родники России»	0,5	15	50	750	
СУММА (меню) с обслуживанием 10%				100000	
Средний вес на 1-го гостя				996	

Рис. 5. Бланк меню с ценой

Салаты	Выход, г	Кол-во, шт.
Салат с кальмарами и сладким перцем в остром соусе Состав блюда: кальмар, перец сладкий, салат лист, перец халапеньо, соус для рыбы, кунжутное семя	110	19
Салат с говядиной, мясом птицы и овощами Состав блюда: говядина, мясо куриной, огурцы, перец сладкий, горошек зеленый, сыр Голландский, заправка итальянская, кунжутное семя, зелень	115	18
Салат мясной с хрустящим картофелем и овощами Состав блюда: ветчина, буженина, кукуруза, фасоль стручковая, сыр Голландский, огурцы консервированные, майонез, картофель, салат лист, зелень	120	50
Горячие закуски		
Жульен из курицы с овощами Состав блюда: филе куриное, грибы шампиньоны, томаты, баклажаны, сливки, тесто слоеное, сыр Голландский, лук репка, масло растительное, мука, чеснок, зелень	120	50
Горячие блюда		
Свинная корейка, фаршированная овощами и сыром с картофельными дольками Состав блюда: свинина корейка, картофель, фасоль стручковая, лук репка, чеснок, сыр Голландский, перец сладкий, бекон	290	30
Треска с ризотто и грибным соусом Состав блюда: треска, яйцо куриное, сливки, сухари панировочные, крупа рисовая, сыр Пармезан, томаты Черри, грибы шампиньоны, вино столовое	280	20
Напитки безалкогольные		
Домашний морс (клюквенно-брусничный)	1000 мл	40
Вода «Родники России»	500 мл	15

Стоимость меню составляет 100 000 рублей (с учетом 10% за обслуживание). Алкоголь на банкет можно принести свой без дополнительных сборов. Позиции в меню невозможно изменить, но можно добавить новые за дополнительную плату. Данное предложение действительно только для банкетного зала в отеле "Московская горка".

Рис. 6. Меню для гостей - 1 страница

Холодные закуски

	Выход, г	Кол-во, шт.
Рулеты из баклажанов, фаршированные сыром и кинзой с зернами граната Состав блюда: баклажаны, сыр Голландский, морковь, орех грецкий, арахис, соус Гранатовый, гранаты, зелень	200	13
Сельдь с молодым картофелем и маринованным луком Состав блюда: филе сельди, картофель, лук маринованный, соус «Винегрет» (перец сладкий, лук, масло растительное), маслины, зелень	250	15
Ассорти рыбное Состав блюда: лосось слабого посола, рулет из мусса семги и судака, масляная рыба, филе макрели в соусе Терияки, лимон, салат лист зелень	300	6
Ассорти мясное Состав блюда: буженина, сервелат, рулет московский, рулет куриный, томаты Черри, салат лист, зелень	240	19
Ассорти сыров Состав блюда: сыр Чеддер, сыр Моцарелла, сыр Мааздам, мед, орех грецкий, виноград	250	7
Ассорти домашних солений Состав блюда: огурцы консервированные, капуста по-грузински, томаты Черри маринованные, перец сладкий, грибы опята маринованные	255	12
Ассорти свежих овощей Состав блюда: томаты свежие, огурцы, томаты Черри, перец сладкий, сельдереи, редис, салат лист, зелень	370	7

Выпечка

Хлебная корзинка (булочка пшеничная/ржаная)	30/30	40
Каравай		1

Стоимость меню составляет 100 000 рублей (с учетом 10% за обслуживание). Алкоголь на банкет можно принести свой без дополнительных сборов. Позиции в меню невозможно изменить, но можно добавить новые за дополнительную плату. Данное предложение действительно только для банкетного зала в отеле "Московская горка".

Рис. 7. Меню для гостей – 2 страница

БАНКЕТНЫЙ ЗАЛ «МОНРЕАЛЬ»



Рис. 8. Банкетный зал «Монреаль» - общий вид



Рис. 9. Банкетный зал «Монреаль» - стол для молодоженов

АНКЕТА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ



Уважаемые гости!

Мы очень дорожим Вашим мнением и будем рады учесть все Ваши пожелания.
Заполните, пожалуйста, анкету

620026, Россия, Екатеринбург, ул. Московская 131

Служба бронирования: +7 (343) 350-05-05, 89226009493, www.ustahotels.ru

Ваши фамилия и имя

Телефон или электронный адрес

Дата рождения

В каком зале проходило мероприятие:

☐ Классик-холл ☐ ресторан «Мезон»

☐ банкетный зал «Люмьер»

☐ банкетный зал «Монреаль»

Дата мероприятия:

Оцените работу банкет-менеджера:

по 5-ти бальной шкале

Вежливость и внимательность ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Оперативность решения вопросов ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Оцените работу официантов:

по 5-ти бальной шкале

Вежливость и внимательность ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Быстрота обслуживания ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Сервировка ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Оцените качество блюд:

по 5-ти бальной шкале

Внешний вид блюд ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Выход блюд (размер порций) ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Вкусовые качества блюд ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Возникли ли у вас какие-либо сложности в проведении мероприятия

Ваши пожелания

Хотели бы вы в дальнейшем провести мероприятия в нашем ресторане

☐ да ☐ нет

Благодарим Вас! Мы не оставим Ваши пожелания и замечания без внимания!
Будем рады новому сотрудничеству!

Рис. 10. Бланк анкеты для обратной связи гостя